



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2019

---

## **Das "Ferienwetter" auf der Ansichtskarte. Ein Wetterbericht im Schnittpunkt von Textlinguistik, Medienlinguistik und Korpuspragmatik**

Hausendorf, Heiko

**Abstract:** Das Wetter ist auf Ansichtskarten allgegenwärtig; es gehört - wie die Unterkunft oder die Verpflegung - zu dem, was man thematisieren kann, um die mit der Ansichtskarte verbundene Textfunktion des Feriengruses einzulösen. Im Beitrag wird auf der Grundlage eines umfangreichen Korpus von Ansichtskarten gezeigt, welche sprachlichen Formen die Thematisierung des Wetters annehmen kann und wie sich dabei ein Stereotyp des Ferienwetters manifestiert, das in seiner musterhaften Ausprägung der sprachliche Indikator und Faktor einer mit dem modernen Tourismus massenhaft verbreiteten Alltagserfahrung ist.

DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110585896-013>

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-171358>

Book Section

Published Version

Originally published at:

Hausendorf, Heiko (2019). Das "Ferienwetter" auf der Ansichtskarte. Ein Wetterbericht im Schnittpunkt von Textlinguistik, Medienlinguistik und Korpuspragmatik. In: Schröter, Juliane; Tienken, Susanne; Ilg, Yvonne; Scharloth, Joachim; Bubenhofer, Noah. Linguistische Kulturanalyse. Berlin, Boston: De Gruyter, 293-321.

DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110585896-013>

Heiko Hausendorf

# **Das *Ferienwetter* auf der Ansichtskarte**

Ein Wetterbericht im Schnittpunkt von Textlinguistik,  
Medienlinguistik und Korpuspragmatik

**Abstract:** Das Wetter ist auf Ansichtskarten allgegenwärtig; es gehört – wie die Unterkunft oder die Verpflegung – zu dem, was man thematisieren kann, um die mit der Ansichtskarte verbundene Textfunktion des Feriengrusses einzulösen. Im Beitrag wird auf der Grundlage eines umfangreichen Korpus von Ansichtskarten gezeigt, welche sprachlichen Formen die Thematisierung des Wetters annehmen kann und wie sich dabei ein Stereotyp des *Ferienwetters* manifestiert, das in seiner musterhaften Ausprägung der sprachliche Indikator und Faktor einer mit dem modernen Tourismus massenhaft verbreiteten Alltagserfahrung ist.

**Keywords:** Musterhaftigkeit, Textsorte, Textfunktion, Text und Bild, Tourismus

Hier ist scheiss Wetter. Viele Grüsse aus Saas-Almagell von Karin. ([anko] 21499)

## **1 Einführung**

Die Verständigung über das Wetter gehört wahrscheinlich zu den Universalien menschlicher Kommunikation, was die Eignung als Thema für Gespräche (und

---

**Anmerkung:** Der Beitrag ist mit Unterstützung des Universitären Forschungsschwerpunkts Sprache und Raum (UFSP SpuR) der Universität Zürich und des SNF-DFG-Projektes „Textsortenentwicklung zwischen Standardisierung und Variation: Text- und korpuslinguistische Untersuchungen zur Musterhaftigkeit privater Fern- und Alltagsschriftlichkeit“ entstanden (Nr. 100015L\_160238; Leitung H. Hausendorf und J. Scharloth in Kooperation mit N. Bubenhofer; MitarbeiterInnen: Selena Calleri, David Koch, Maaïke Kellenberger, Marcel Naef, Josephine Obert, Kyoko Sugisaki, Nicolas Wiedmer). An der Konzeption und Entstehung des Projektgesuches haben Noah Bubenhofer, Hiloko Kato und Angelika Linke mitgewirkt. Ich danke Marcel Naef, Kyoko Sugisaki, Nicolas Wiedmer, Andi Gredig und den Herausgeberinnen dieses Bandes für wertvolle Kommentare und Hinweise zu einer ersten Fassung dieses Beitrags.

---

**Heiko Hausendorf:** Universität Zürich, Deutsches Seminar, Schönberggasse 9, 8001 Zürich, Schweiz, E-Mail: heiko.hausendorf@ds.uzh.ch

<https://doi.org/10.1515/9783110585896-013>

Texte) betrifft. Das besprochene (und beschriebene) Wetter ist in genau diesem Sinne ein Stück „Kultur“, wenn man damit mit dem Soziologen Niklas Luhmann (1984: 224–225) den „Vorrat möglicher Themen“ meint, „die für rasche und rasch verständliche Aufnahme in konkreten kommunikativen Prozessen bereitstehen“. Kultur ist (bei Luhmann) der Oberbegriff für diesen „Themenvorrat“. Sofern er „eigens für Kommunikationszwecke aufbewahrt wird“, handelt es sich um „Semantik“, die insofern Teil der Kultur einer Gesellschaft ist (vgl. Luhmann 1984: 224–225). Wir wollen dazu gar nicht an die Abhängigkeit des Menschen von meteorologischen Bedingungen im weitesten Sinne denken und auch nicht daran, dass und wie für eine stark agrarisch geprägte Gesellschaft oder eine weitgehend nomadisierend im Freien sich bewegende Gruppe oder für Menschen, die bei ihrer Tätigkeit aus welchen Gründen auch immer ‚auf das Wetter angewiesen‘ sind, das Wetter ein sehr bestimmender, existenziell wichtiger Faktor des Alltags sein kann. Gedacht ist vielmehr an die Vielfalt der Gelegenheiten, in und mit denen wir das Wetter in unserer modernen Gesellschaft zur Sprache bringen und bei denen wir uns auf eine gepflegte und bewahrenswerte Semantik und überdies auf ein Arsenal sprachlicher Vorgeformtheiten verlassen können. Man denke nur an den Wetterbericht in der Zeitung, die Wettervorhersage im Anschluss an die Nachrichten im Fernsehen oder den allgegenwärtigen Smalltalk über das aktuelle Wetter, der sich so gut als Einstieg in eine Konversation mit Unbekannten wie Freunden eignet. Entsprechend vielfältig ausgeprägt sind die sprachlichen Mittel und Formen der Thematisierung des Wetters, die ein weites Spektrum von Umgangs- und Fachsprachlichkeit, Komprimierung und Detaillierung, Stereotypizität und Originalität aufspannen, wie der viel zitierte Anfang des ersten Kapitels im „Mann ohne Eigenschaften“ von Robert Musil vorführt:

Über dem Atlantik befand sich ein barometrisches Minimum; es wanderte ostwärts, einem über Rußland lagernden Maximum zu, und verriet noch nicht die Neigung, diesem nördlich auszuweichen. Die Isothermen und Isotheren taten ihre Schuldigkeit. Die Lufttemperatur stand in einem ordnungsgemäßen Verhältnis zur mittleren Jahrestemperatur, zur Temperatur des kältesten wie des wärmsten Monats und zur aperiodischen monatlichen Temperaturschwankung. Der Auf- und Untergang der Sonne, des Mondes, der Lichtwechsel des Mondes, der Venus, des Saturnrings und viele andere bedeutsame Erscheinungen entsprachen ihrer Voraussage in den astronomischen Jahrbüchern. Der Wasserdampf in der Luft hatte seine höchste Spannkraft, und die Feuchtigkeit der Luft war gering. Mit einem Wort, das das Tatsächliche recht gut bezeichnet, wenn es auch etwas altmodisch ist: Es war ein schöner Augusttag des Jahres 1913. (Musil 1987: 9)

Kein einziges Mal ist in diesem längeren ersten Abschnitt des Textes vom „Wetter“ ausdrücklich die Rede, und doch verstehen wir mit, dass es genau darum geht –

und wie viel vorausgesetzt sein kann, wenn man sagt (oder schreibt), dass es „schön“ ist.<sup>1</sup>

Der vorliegende Beitrag möchte einen exemplarischen Einblick geben in die sprachlichen Mittel und Formen der Thematisierung des Wetters im Deutschen. Er wählt dazu das Beispiel der Ansichtskarte, weil das Wetter auf der Ansichtskarte einen festen Platz zu haben scheint und entsprechend eine eigene Musterhaftigkeit ausgeprägt hat. Dass „Muster des Sprachgebrauchs“ nicht nur text- und korpuslinguistisch interessant sind, sondern immer auch einen einzigartig konkreten Einblick in die Kultur(en) einer Gesellschaft erlauben und, mehr noch, eine Art Sediment dieser Kultur(en) sind, hat Angelika Linke in vielen Arbeiten betont und gezeigt (vgl. z. B. Linke 2014: 187–188 am Beispiel von Todesanzeigen und programmatisch Linke 2011). Ohne dass wir im vorliegenden Beitrag systematisch an die Programmatik einer kulturalistischen Linguistik anschließen können (vgl. dazu Günthner und Linke 2006), soll anschaulich gemacht werden, wie sich im Schreiben über das Wetter auf der Ansichtskarte eine bestimmte Ferien- und Urlaubspraxis im Zeitalter des Massentourismus ausgeprägt hat, die im Stereotyp vom „Ferienwetter“ ihren Ausdruck gefunden hat. Dazu müssen wir zuerst auf die Ansichtskarte als ein mehr als hundert Jahre altes Medium der privaten Fernkommunikation eingehen, das zunächst (und bis heute) gar nicht so sehr und jedenfalls nicht primär und nur von Lesbarkeit lebt, sondern seinen Erfolg wohl vor allem der Kombination von Betrachtbarkeit und Zustellbarkeit verdankt (s. u. Kap. 2). Wir werden dabei sehen, wie sich erst allmählich auf der Rückseite des Bildes und neben der Adresse ein eigenes Schreibfeld für Mitteilungen herausbildet – und damit die Herausforderung, nicht nur die Ansicht für sich sprechen zu lassen, sondern schreibend etwas hinzuzufügen, so dass eine genuine Lesbarkeit zur Betrachtbarkeit hinzukommt. „Hier ist es schön“ hat der schon zitierte Robert Musil einen Essay überschrieben, in dem er die Praxis des Kaufens und Beschriftens von „Ansichtspostkarten“ kommentiert:

Es gibt viele Menschen, die sich von ihren Vergnügungsreisen an berühmte Orte führen lassen. Sie trinken in ihrem Hotelgarten Bier, und wenn sie dazu angenehme Bekanntschaften machen, freuen sie sich schon auf die Erinnerung. Am letzten Tag gehen sie bis zum nächsten Papierladen; dort kaufen sie Ansichtskarten, und dann kaufen sie noch beim Kellner Ansichtskarten. Die Ansichtspostkarten, welche diese Menschen kaufen, sehen auf der ganzen Welt einander ähnlich. Sie sind koloriert; die Bäume und Wiesen giftgrün, der

---

<sup>1</sup> Was ebenfalls aufscheint in diesem Romananfang: das poetische Potential, das im Thematisieren des Wetters steckt. Zum poetischen Potential der Wetterthematization auf Ansichtskarten vgl. jetzt die posthum publizierten „Postkarten“ von Jurek Becker (Becker 2018; s. dazu auch u. Anm. 14).

Himmel pfaublau, die Felsen sind grau und rot, die Häuser haben ein geradezu schmerzenden Relief, als könnten sie jeden Augenblick aus der Fassade fahren; und so eifrig ist die Farbe, dass sie gewöhnlich auch noch auf der anderen Seite ihrer Kontur als schmaler Streif mitläuft. Wenn die Welt so aussähe, könnte man wirklich nichts Besseres tun, als ihr eine Marke aufzukleben und sie in den nächsten Kasten zu werfen. Auf diese Ansichtskarten schreiben diese Menschen: „Hier ist es unbeschreiblich schön“ oder: „Hier ist es herrlich“ oder: „Schade, dass Du diese Pracht nicht mit mir sehen kannst“. Manchmal schreiben sie auch: „Du kannst Dir keine Vorstellung machen, wie schön es hier ist“ oder: „wie wir hier schwelgen!“ (Musil 1936: 125–126)

Dieser Essay stammt aus den 30er Jahren, und er nimmt schon Aspekte von Kulturkritik vorweg, die darin gipfeln, in der Ansichtskarte eine Art Fetisch des modernen Massentourismus zu sehen (vgl. Enzensberger 1968 [1958]). Was Musil auch vorwegnimmt (und was aus linguistischer Sicht interessanter ist): dass es offenbar eine sprachliche Musterhaftigkeit gibt, die sich im Hinblick auf das Thema dieser „kleinen Texte“ (Hausendorf 2009) herauszubilden beginnt. Wir werden in dieser Richtung zu zeigen versuchen, wie sich im Laufe der Textsortengeschichte für die sprachlichen Mitteilungen auf dem Schreibfeld der Karte eine eigene Textkultur von Themahinweisen entwickelt hat (s. u. Kap. 3). Damit sind wir beim *Wetter*, weil es zu dem gehört, was offenbar dazu gehört, wenn man thematisiert, wo man gerade ist und wie es dort ist. Wir wollen auf der Grundlage eines größeren Korpus von Ansichtskarten („[anko]“) in Ansätzen und auf exemplarische Weise nachzeichnen, wie über das Wetter geschrieben wird, welche sprachlichen Formen dabei im Spiel sind und welche Bedeutung es hat, über „das Wetter“ zu schreiben (s. u. Kap. 4).<sup>2</sup> Ein kurzes Fazit zum Stereotyp des „Ferienwetters“ als Faktor und Indikator des Erlebens von Ferien und Urlaub beschließt den Beitrag (s. u. Kap. 5).

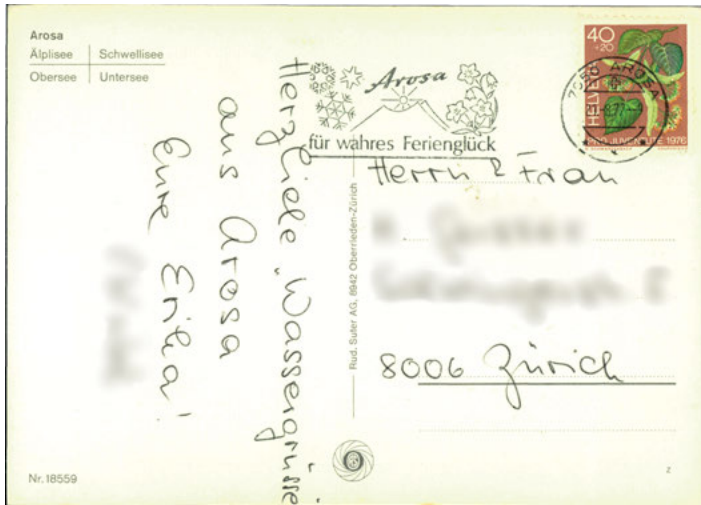
## 2 Die pragmatische Nützlichkeit der Ansichtskarte

Die Thematisierung des Wetters auf der Ansichtskarte versteht sich nicht von selbst, sondern muss von der pragmatischen Nützlichkeit des Schreibens, Lesens und Betrachtens von Ansichtskarten her erläutert werden. Dabei muss vom Wetter auf der Karte gar nicht zwingend die Rede sein: „Herzliche Wassergrüsse

---

<sup>2</sup> Ich stütze mich dabei auf das oben genannte Projekt (s. Anm. auf S. 295), werde mich aber auf eine stichprobenhafte Untersuchung beschränken müssen.

aus Arosa Eure Erika“ steht auf einer Karte geschrieben, die im August 1977 an ein Ehepaar in Zürich versandt worden ist:



**Abb. 1:** Ansichtskarte ohne Wetter ([anko] 10063)<sup>3</sup>

Und nicht wenige Kartenbeschriftungen beschränken sich ganz auf die Grußformel (s. u.), die ihrerseits sogar als Aufdruck auf die Bildseite wandern kann, so dass das Mitteilungsfeld zum reinen Signierfeld werden kann. Die Thematisierung des Wetters ist also offenkundig nicht konstitutiv für das Schreiben von Ansichtskarten, und nichts spricht dafür, dass Leser und Leserinnen sie vermissen, wenn sie fehlt. Gleichwohl kann kein Zweifel bestehen, dass Leser und Leserinnen sich umgekehrt nicht darüber wundern, wenn das Wetter thematisiert wird. Und wir werden noch zeigen, dass genau dies überaus häufig geschieht. Wie passt das zusammen? Wie genau fügt sich die Thematisierung des Wetters in die pragmatische Nützlichkeit der Ansichtskarte ein, zu der sie einerseits so gut zu passen scheint, für die sie aber andererseits eben auch verzichtbar ist?

Wenn wir uns Schritt für Schritt den Textfunktionen der Ansichtskarte nähern, fällt zunächst der beschränkte Platz auf, der für handgeschriebene Mitteilungen auf der Karte überhaupt vorgesehen ist. Wir wollen nicht vergessen, dass die eine Seite der Karte von vornherein nicht als Schreibfeld für einen Autor oder eine Autorin vorgesehen ist, sondern die „Ansicht“ bietet:

<sup>3</sup> Aus Datenschutzgründen wurden Namen und die Straße im Adressfeld unlesbar gemacht.



**Abb. 2:** Bildseite der Karte von Abb. 1

Die Ansicht ist offenkundig für die „Ansichtskarte“ konstitutiv. Sie kann auf vielerlei Weise gestaltet werden und z. B. wie in diesem Fall gleich vier kleinere Ansichten und ein kleineres Schrift- und Wappenfeld enthalten. In der Regel enthält sie aber keinen Platz für handschriftliche Eintragungen (was nicht immer so war, s. u.). Auf der Rückseite der Ansicht wird der für Mitteilungen verfügbare Platz dann noch einmal halbiert durch eine Aufteilung in zwei Felder, die deutlich voneinander abgegrenzt sind und von denen eines als Anschrift- oder Adress- und Frankierfeld genutzt wird. Kommt hinzu, dass der verfügbare Platz zudem durch Aufgedrucktes und -gestempeltes weiter eingeschränkt wird (s. o. Abb. 1). Der Platz für Mitteilungen auf der Ansichtskarte ist also spürbar begrenzt. Natürlich können sich Schreiber und Schreiberinnen über diese Grenzen hinwegsetzen und z. B. die freien Plätze auf der Karte rigoros (und kreativ) beschriften (siehe Abb. 3).

Es ändert aber nichts daran, dass sich mit und auf der Karte materiale Abgrenzbarkeits- und typographische Gliederungshinweise musterhaft ausgeprägt haben, die der persönlichen Mitteilung nur wenig Platz lassen. Die Praxis des Versendens und Empfangens von Ansichtskarten darf man schon deshalb nicht nur vom Schreiben und Lesen her verstehen. Mindestens gleichrangig kommt das *Betrachten* dazu; auf der Ansichtskarte hat sich deshalb eine charakteristische Beidseitigkeit von Betrachten und Lesen ausgeprägt, die es verbietet,



Abb. 3: Rigoroses Beschriften ([anko] 80199)

von der Hierarchie einer „Vorder-“ und „Rückseite“ auszugehen und eine Rezeption des Drehens und Wendens begünstigt.<sup>4</sup>

Auf der Schriftseite findet sich eine Reihe typographischer Gliederungshinweise, die für eine charakteristische Zweifelderaufteilung sorgen. Dazu gehört vor allem eine Art Trennstrich zwischen den Feldern, der in vielen Fällen durch eine quer zur Anschrift gedruckte Schriftzeile realisiert wird (s. o. Abb. 1 und 3). Er ist, wenn man den Chronisten glauben darf (vgl. dazu die Hinweise bei Diekmannshenke 2002), um 1905 auf die Karte gekommen und stellt eine wichtige Innovation in der Entwicklung der Musterhaftigkeit des um die Wende vom 19. zum 20. Jh. noch jungen Mediums dar; mit und an ihm wird der Bedarf an einem Mitteilungsfeld sozusagen amtlich und in der typographischen Erscheinungsform der Ansichtskarte anerkannt.

Mit dem Trennstrich kommt also um 1905 eine Segregation von postalischer Nützlichkeit, die mit Zustellbarkeit zu tun hat, und emphatischer Nützlichkeit, die mit persönlicher Ansprache zu tun hat, auf die Schriftseite der Karte. Damit ist ein Platz freigemacht für Mitteilungen aller Art, mit dem jene oben beschrie-

<sup>4</sup> Vgl. dazu die u. a. der Bildpost- bzw. Ansichtskarte gewidmeten Arbeiten von Hajo Diekmannshenke (Diekmannshenke 2002; Diekmannshenke 2008; Diekmannshenke 2011). Sie zählen (neben Holzheid 2011) zu den wenigen umfangreicheren linguistischen Arbeiten zur Ansichtskarte und geben einen umfassenden Überblick über den Forschungsstand, die historische Entwicklung und die Vorläufer und Nachfolger der Postkarte.



bene Beidseitigkeit zwischen Lesen und Betrachten möglich und naheliegend geworden ist. Schon dieser Einblick in die Frühgeschichte der Ansichtskarte erhellt, dass es zu kurz greift, wollte man die Textfunktion der Ansichtskarte ausschließlich im Grüßen und entsprechend in einer Lesbarkeit des Phatischen bzw. der Kontaktnützlichkeit sehen, als ob es nur darum ginge, ein „ich denke an Dich“ postalisch-fernkommunikativ zu übermitteln.<sup>5</sup> So richtig es ist, dass das Grüßen auf der Karte allgegenwärtig ist,<sup>6</sup> so deutlich ist auch, dass zum Gruß und zum Grüßen noch etwas hinzutritt: der Bezug auf einen Ort, von dem aus begrüßt wird. Die Konstruktion „Gruß/Grüße aus [Toponym]“ (mit der selteneren Variante „Gruß/Grüße von“) ist eine fast allgegenwärtige Formel in unserem Korpus (mit starker Präferenz für den Plural und typischerweise mit einem vorangestellten Adjektiv wie „liebe“), wobei das Toponym auch durch Artikel und Adjektiv determiniert sein kann („dem sonnigen Wallis“) und an die Stelle des Toponyms auch Nominalgruppen ohne Toponym treten können (wie z. B. „dem Norden“, „dem Urlaub“, „den Ferien“, „dem untersten Teil des Tessins“, „dem Pfadiskilager“ ...). Es tritt also zur phatischen Kommunikation („ich denke an Dich“) etwas hinzu, das damit zu tun hat, dass dieser Gruß eine spezifische *Herkunft* hat, so dass es offenbar wichtig wird, diese Herkunft gleich mit dem Gruß zusammen auch auszusprechen. In der Mehrzahl der Fälle ist diese Herkunft durch eine Ortsreferenz qua Toponym definiert, so dass sich ein fast „auratischer Ortsbezug“ (Tropper 2006: 221) des Grüßens ergibt. Viel spricht dafür, in dieser *Kombination* von phatischer und lokal- bzw. raumreferentieller Kommunikation die pragmatische Nützlichkeit der Ansichtskarte zu sehen. Tatsächlich kann ein solcher mit Orts- und Raumbezug ausgestatteter Gruß im Prinzip bereits durch die „Ansicht“ und die Adressierung realisiert werden, sofern die Karte (z. B. durch einen Aufdruck) lokalisierbar und im Hinblick auf den Sender (z. B. durch eine Unterschrift) identifizierbar ist. Der Ansichtskartenkommunikation haften insofern Momente eines Gruß-Rituales an, bei dem es auf die Performanz des Aktes (mit dieser Karte grüße ich Dich aus ...) und seine Form(elhafte) mehr ankommt als auf den je konkreten Inhalt (ähnlich auch Alber 1985: 70–71). Diese rituelle Nützlichkeit tritt nicht nur dadurch hervor, dass auf Mitteilungen im Mitteilungsfeld über die Grußformel hinaus komplett verzichtet werden kann (und auch oft verzichtet wird: im [anko]-Korpus ist das immerhin bei 1399 von insgesamt über 12000 Karten der Fall), sondern auch dadurch, dass die vorkommenden Mitteilungen eine starke

<sup>5</sup> Man findet diese Betonung der phatischen Kommunikation immer wieder, wenn von der Textfunktion der Ansichtskarte die Rede ist (vgl. z. B. Alber 1985: 83).

<sup>6</sup> Der Eintrag „grüsse“ ist auf einer Liste der häufigsten Wörter im [anko]-Korpus nach „und“, „die“, „wir“ und „ich“ das häufigste Wort überhaupt im Korpus (s. noch u. Kap. 4).



so dass aus der pragmatischen Nützlichkeit des Ferngrußes (Kontaktnützlichkeit mit integrierter Selbstdarstellung als ‚Fernreisende/r‘) spezifischer die des Ferien- und Urlaubsgrußes erwächst, mit der eine markante Zusatznützlichkeit der Ansichtskarte einhergeht: eine Darstellung der ‚Ferien‘ zu geben – mit allem, was dazu gehört (Darstellungsnützlichkeit). Diese Zusatznützlichkeit, die den Autor zum Touristen und den Touristen zum Autor macht, hat Hand in Hand mit dem Aufkommen und der Verbreitung des Massentourismus zu einer Ausdifferenzierung von Bild und Text geführt, mit der aus der Ansicht die „sight“ (Sehenswürdigkeit: das, was man gesehen haben muss/sollte) geworden ist und aus den Mitteilungen eine Art von Ferienbericht, der offensichtlich eigenen Gesetzen folgt – zu denen dann auch eine gewisse Erwartbarkeit der Thematisierung des Wetters gehört (s. u. Kap. 3).

Man kann diese Zusatznützlichkeit an den Grüßen selbst ablesen, insofern sich an der Grußformel ferienspezifische Hinweise anlagern. So heißt es eben sehr häufig nicht nur „|Herzliche/viele/schöne...| Grüße aus |Toponym|“, sondern

- Herzliche Grüße aus meinem Erholungsurlaub ([anko] 10011)
- Herzliche Grüße aus dem herrlichen Südtirol ([anko] 10031)
- Herzliche Grüße aus dem sonnigen Grächen ([anko] 10139)
- Herzliche Feriengrüße aus dem schweizerischen Pizzaland ([anko] 10175)
- Herzliche Grüße aus dem „kalten“ Engelberg ([anko] 10187)
- Herzliche Grüße aus den Skiferien ([anko] 10205)
- Viele herzliche Grüße aus unseren diesjährigen nicht sehr sonnigen, dafür mehr feuchten Ferien ([anko] 10571)

Einerseits finden in den Grüßen die Ferien und der Urlaub Erwähnung (als Alternative zum Toponym: „aus meinem Erholungsurlaub“, „aus den Skiferien“, „aus unseren Ferien“ oder als Bestimmungsform im Kompositum „Feriengrüße“).<sup>7</sup> Andererseits und darüber hinaus tauchen Zusätze auf, mit denen bestimmte Informationen gegeben werden: zum Zweck oder zur Art der Ferien („Erholungsurlaub“, „Skiferien“), zur Qualität der Region („aus dem herrlichen Südtirol“) und – nicht zu übersehen, wenn man die Listen mit den Konkordanzen durchgeht – zum Wetter, das man gerade hat bzw. hatte: „aus dem *sonnigen* Grächen“, „aus dem ‚*kalten*‘ Engelberg“, „aus unseren ... *nicht sehr sonnigen, dafür mehr feuchten* Ferien“. Auf diese Weise verschmelzen die Kontaktnützlichkeit der phatisch-ortsreferentiellen Kommunikation und die Darstellungsnützlichkeit des

<sup>7</sup> In der Frequenzliste der häufigsten Substantive im Korpus landet „Ferien“ immerhin an vierter Stelle (nach „Grüße“, „Wetter“ und „NN“). Das Kompositum „Feriengrüße“ taucht in 292 Karten (von insgesamt 12 289 Karten) auf.

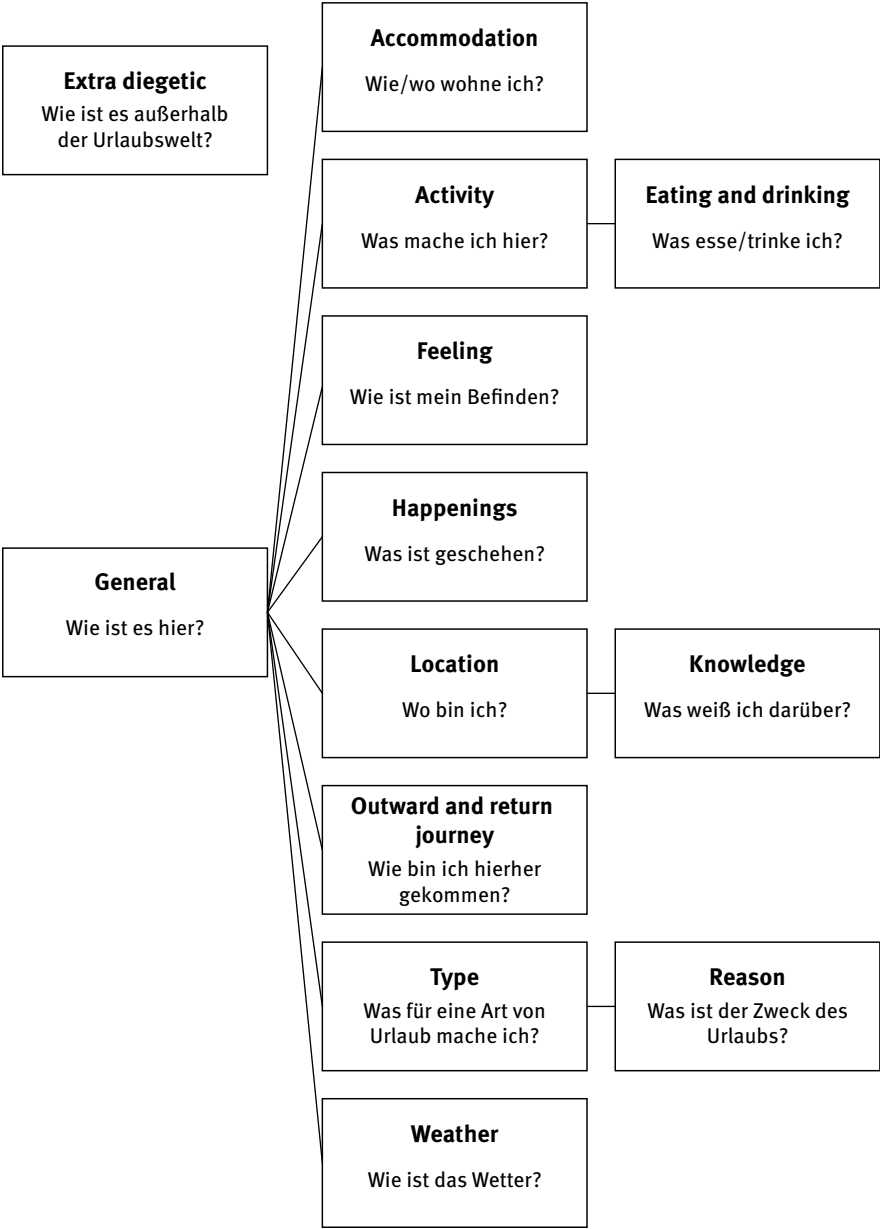
Ferienberichts: *ein Gruss von hier bei sehr schönem Wetter* ([anko] 31477); *Liebe Doris, von unserer Langlaufwoche bei herrlichem Wetter möchten wir Dich herzlich grüssen* ([anko] 40367). Damit sind wir beim Thema unseres Beitrags angekommen; unsere (nicht sehr gewagte) These ist, dass das Wetter zu dem gehört, was bei der Darstellung der Ferien dazu gehört.

### 3 Die Welt als Ferienort

Wenn es stimmt, dass die Ansichtskarte in ihrer Entwicklung über das 20. Jahrhundert hinweg (nicht ausschließlich, aber doch dominant) die pragmatische Nützlichkeit des Feriengrusses erfüllt (vgl. schon Enzensberger 1968 [1958]), kann es nicht verwundern, dass sich auf dem begrenzten Raum des Schreibfeldes eine eigene Art sprachlicher Musterhaftigkeit herausgebildet hat, die das betrifft, was man auf der Ansichtskarte schreibt (und liest und erwartet), wenn man über „die Ferien“ schreibt. Sie ist der sprachlich-textuelle Ausdruck der Massenhaftigkeit der Ferien- und Urlaubserfahrung im Zeitalter des modernen Tourismus. Dieser Befund lässt sich mit Fällen illustrieren, in denen die Erwartbarkeit der immer wieder gleichen thematischen Elemente des Ferienberichts ihren unmittelbaren Ausdruck auf der Karte in einer Form von Formulschriftlichkeit gefunden hat:



Abb. 5: Schreibfeld als Formular ([anko] 80313)



**Abb. 6:** Die Mitteilung als Ferienbericht

Textlinguistisch liegt es nahe, in diesem Kontext von einer Musterhaftigkeit der Themaentwicklungshinweise zu sprechen: Offenbar gibt es einen semantischen Ferienrahmen („Urlaubsframe“: Diekmannshenke 2008: 90), der mit der Ansichtskarte aufgerufen werden kann und den die thematischen Elemente (wie die *filler* vorgegebener *slots*) zu bedienen scheinen. Fraglos dazu gehört offenbar so etwas wie die Thematisierung der Unterkunft, des Essens, der Ferienaktivitäten und des Wetters. Eine nicht nur auf die eigene Vertrautheit mit der Textsorte setzende, empirisch breit abgestützte und korpuslinguistisch versierte Untersuchung der sich hier abzeichnenden Musterhaftigkeit des Urlaubsberichtes auf der Ansichtskarte steht allerdings noch aus. Genau an dieser Stelle setzt das oben bereits genannte Projekt an (s. o. Anm. auf S. 295). Ein erstes Zwischenergebnis des Projekts besteht in einer Differenzierung und Konkretisierung der relevanten Elemente der Thematisierung der Ferien auf der Ansichtskarte: Wir gehen davon aus, dass sich die Thematisierung der Ferien aus Antworten auf die allgemeine Frage „Wie ist es in den Ferien?“ ergibt. Diese Frage kann im Prinzip in fast unendlicher Weise ausdifferenziert werden in zahllose Detaillierungsfragen. Offenbar hat sich in der Praxis des Ansichtskartenschreibens auch angesichts des zur Verfügung stehenden Platzes eine überschaubare Reihe immer wieder ähnlicher Fragen als relevant herausgestellt, wie in Abb. 6 dargestellt.<sup>8</sup>

Tatsächlich kann man ausgehend von einer solchen Heuristik viele der Mitteilungen auf der Ansichtskarte ohne Mühe als Antworten auf einige dieser Fragen verstehen:



Abb. 7: Mitteilungen als Antworten auf Ferien-Fragen ([anko] 70115)

<sup>8</sup> Diese Systematisierung ist innerhalb des oben – in der Anm. auf S. 295 – genannten Projektes entstanden (vgl. dazu Sugisaki et al. i. Dr.).

Das Beispiel in Abb. 7 zeigt, wenn man es genügend unbefangen und mit etwas Abstand zur eigenen Vertrautheit mit solchen Texten zu lesen versteht, eine erstaunliche Aneinanderreihung unterschiedlicher Themen, die fast als Beispiel für ein Nonsenstextbeispiel mit mangelnder Kohärenz in einer Einführung in die Textlinguistik durchgehen könnte. Erst wenn man es als Antwort auf die Frage „Wie ist es in den Ferien?“ liest, werden die einzelnen Sätze wie selbstverständlich als Antworten auf Fragen nach dem Wetter, den Ferienaktivitäten, der Verpflegung und der Unterkunft lesbar. In genau diesem Sinne kann man von einem semantischen Themaentwicklungshinweis sprechen, der sich auf der Ansichtskarte offenbar musterhaft ausgeprägt hat und den wir mitverstehen, ohne dass er eigens expliziert werden muss. Die Musterhaftigkeit des Ferienberichts lässt sich mit einer solchen Rekonstruktion anschaulich machen. Empirisch erfasst und untersucht ist sie damit allerdings noch nicht. Was von einer solchen Untersuchung zu erwarten ist, soll im Folgenden am Beispiel der Antworten auf die Frage nach dem Wetter illustriert werden.

## 4 Wie ist das Wetter?

Es ist keine gewagte Hypothese, dass das Wetter auf Ansichtskarten häufig thematisiert wird. Freilich ist damit noch nichts darüber gesagt, was die Thematisierung des Wetters auf Ansichtskarten ausmacht: wofür genau das Lexem „Wetter“ dabei steht, in welchen sprachlichen Formen das im Einzelnen geschieht und wie das alles in das Ganze der Mitteilung eingebunden ist. Will man in diesen Fragen über exemplarische Hinweise hinauskommen, braucht es ein Korpus, von dem man sagen kann, dass es im Hinblick auf die feststellbare Varianz der Thematisierung des Wetters hinreichend *gesättigt* ist (vgl. Barthes 1985: 21, 187). Aber wo genau fängt diese Sättigung an (bei 100 oder 1000 oder 10 000 oder 100 000 Karten?), und wo hört sie auf? Manches spricht dafür, dass neuere korpus- und computerlinguistische Methoden an dieser Stelle neue Zugänge ermöglichen und einen neuen Blick auf ein altes Problem versprechen. Diesem Eindruck gehen wir im vorliegenden Kapitel nach. In einem vom SNF geförderten Forschungsprojekt haben wir ein Korpus von insgesamt über 12 000 Karten abschreiben lassen und korpuslinguistisch aufbereitet („[anko]“).<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Das Korpus umfasst 12 289 zumeist deutschsprachige und in die Schweiz versandte Karten und ist durch private Einsendungen entstanden. Es deckt einen Zeitraum von 1900 bis heute ab, wobei die einzelnen Jahrzehnte unterschiedlich gut vertreten sind. Unsere Analysen stützen sich vor allem auf eine Auswertung der Karten seit den 50er Jahren. Für weitere detaillierte Informa-

In einer Liste der häufigsten Substantive im [anko]-Korpus landet „Wetter“ mit einer Häufigkeit von 2,2% an zweiter Stelle (hinter „Grüsse“, 6,94%, s. o. Kap. 2). In einer Frequenzliste aller Wörter findet sich erst an 70. Stelle das nächste Substantiv („Ferien“), wenn man von der oft nicht eindeutigen Verwendung von „Lieben“ absieht.<sup>10</sup> Eine Liste der ersten zehn substantivischen Wortformen enthält folgende Einträge:

Grüsse – Wetter – Lieben – Ferien – Tage – Dank – Sonne – Karte – Woche – Tag

Das ist eine sehr einfache, aber auch sehr eindrückliche Bestätigung der Hypothese von der Prominenz des Wetters im Mitteilungsfeld der Ansichtskarte, zumal sich in der Liste der ersten zehn Substantive auch noch das Substantiv „Sonne“ findet.<sup>11</sup> In unserem Korpus von insgesamt 12 289 Ansichtskarten ist auf immerhin 2 324 Karten, also auf etwa jeder fünften Karte, vom „Wetter“ ausdrücklich die Rede. Man darf selbst bei zurückhaltender Schätzung davon ausgehen, dass noch einmal mindestens genauso viele Karten dazu kommen, auf denen das Wetter thematisiert wird, ohne dass dazu ausdrücklich von „Wetter“, sondern z. B. von der „Sonne“ oder dem „Regen“ die Rede ist.<sup>12</sup>

Liebe Ella + [unclear] Aus der Höhe in wunderbarer Sonne + Schnee wo wir eine Tour machten mit der S.B.B. grüssen ganz herzlich Xaver + Bina ([anko] 10161)

Liebe Ella Zum 2. mal Afrika und es ist wunderbar. Sonne, Strand, Meer nicht zu heiss – das sind wirklich Erhol-Ferien. Liebe Grüsse Simone + Frank ([anko] 10199)

Beste Grüsse aus dem schönen Tessin, wo der Regen besser vertreten ist, wie Sonnenschein, sendet Ihnen K. [Name] ([anko] 10105)

---

tionen über das Korpus vgl. Sugisaki, Wiedmer & Hausendorf 2018.

**10** Im Text+Berg-Korpus (SAC deutsch, vgl. [www.textberg.ch](http://www.textberg.ch)) finden sich als erste Substantive „Gipfel“ (81.) und „Alpen“ (96.), „Wetter“ findet sich erst an 259. Stelle. Zum Vergleich: „Wetter“ im [anko]-Korpus hat eine Frequenz von 3753.02 instances per million words, „Wetter“ im Text+Berg-Korpus eine Frequenz von 320.84 instances per million words.

**11** Freilich muss man dabei berücksichtigen, dass die Möglichkeiten der Füllung anderer Slots offenbar reichhaltiger sind (Aktivitäten, Essen und Trinken, Unterbringung). Auch könnte es sein, dass wir mit „Wetter“ ein thematisches Element des Ferienrahmens gewählt haben, das anscheinend auffällig häufig auch mit der gleichlautenden Wortform gefüllt wird (darauf kommen wir zurück), wiewohl das natürlich nicht so sein müsste („Hier scheint jeden Tag die Sonne“).

**12** Diese Schätzung beruht auf Berechnungen am Beispiel einer mehr als 1 000 Karten umfassenden Stichprobe, in der wir von Hand die Vorkommen der Thematisierung des Wetters (auch ohne Auftauchen des Lexems „Wetter“) annotiert haben. In diesem Korpus wird auf mehr als der Hälfte der Karten das Wetter thematisiert, ohne dass das Wort „Wetter“ auftaucht.



Ciao Sorella & Csab! ... wir missen nur eines, il mare! Der Grappa fliesst in Strömen ... wie auch der Regen! Haha, von wegen brennende Schwüle und essen im Grotto! Immerhin der Grappa erwärmt unsere Seelen ... und 2 heisse Jungs ... Tanti bacci Barbera und Iris ([anko] 10601)

In allen diesen Fällen wird das Wetter kurz thematisiert (als Sonne und Schnee, als Regen und Sonnenschein), ohne dass dabei oder dazu auch die Sammelbezeichnung „Wetter“ auftaucht. Im Folgenden beschränken wir uns aber auf die Fälle, in denen vom Wetter auch ausdrücklich die Rede ist. Eine Liste der Phrasen mit dem Lexem „Wetter“ („Konkordanz“, „KWIC = keywords in context“), die im [anko]-Korpus vorkommen, ergibt 2 404 Treffer und ausgedruckt eine Liste von rund 50 Seiten. Sie reicht von (aus Gründen der besseren Lesbarkeit leicht modifiziert wiedergegeben, Reihenfolge der Treffer zufällig)

- 1 Halbzeit geschafft – Entbehrungen gross – Erholung super – Wetter schlecht – Herzliche Grüsse Richard + [unclear] ([anko] 10023)
- 2 programmässig und gut verlaufen. Geht uns gut. Wetter schön. Morgen Start nach Lugano. Herzliche Grüsse Rosmarie ([anko] 10047)
- 3 Meine Lieben Knochen und Ski sind noch ganz –, Wetter lässt zu wünschen übrig. Vielen Dank für das Päckli ([anko] 10049)
- 4 sich selten. Vielleicht haben wir dafür in Zermatt schönes Wetter! – Herzliche Grüsse aus Luzern. ([anko] 10059)
- 5 Bei allerschönstem Wetter sind wir hier oben gelandet, nun wandern wir nach ([anko] 10075)
- 6 ich mache hier bei Fridali Ferien. Leider lässt das Wetter sehr zu wünschen übrig. Aber die Luft ist trotzdem ([anko] 10093)
- 7 Lieben, Über Julier + Maloya sind wir im etwas wetterbeständigerem Tessin gelandet und zwar in der Nähe von Magliaso Heute ([anko] 10101)
- 8 Unsere Lieben! bei herrlichstem Wetter geniessen wir wieder einmal die Badefreuden in dieser Gegend. ([anko] 10113)
- 9 Nach gutem Flug gut gelandet bei 23° und schönstem Wetter viele Grüsse [unclear] ([anko] 10115)
- 10 Seit der Ankunft bis jetzt hatten wir stets gutes Wetter und konnten viel wandern in der guten Bergluft. Wir ([anko] 10119)

bis

- 2395 umseitigen Bild sehen hier die Strände tatsächlich aus. Das Wetter ist den Verhältnissen entsprechend gut. Jedoch bringt uns die ([anko] 302289)
- 2396 HIERHER SIND WIR NUN ENDLICH GEKOMMEN. ALLERDINGS IST DAS WETTER NICHT SO WIE AUF DER KARTE – SEIT 3 TAGEN ([anko] 302309)
- 2397 SEIT 3 TAGEN FAHREN WIR NUR IM DAUERNIESEL + NEBEL-WETTER UMHER VON SCHWEREN GEWITTERN: DEMENTSPRECHEND IST HIER VIELES ÜBERSCHWEMMT ([anko] 302309)
- 2398 viele Grüße und Küsse von Flavia + Klaus P.S. Das Wetter ist sehr abwechslungsreich. Morgens bedeckt (aber warm) ([anko] 302315)
- 2399 wir am kommenden Donnerstag auf dem Rückweg – je nach Wetter und Heimweh. Herzlichst Ihre [NN] ([anko] 302323)
- 2400 ein paar schönen Tagen im Alassio mit einer Freundin. Wetter = mittel Meer = kalt Grosses [unclear] Jaqueline ([anko] 302353)
- 2401 Meine Lieben! Das feinste Wetter hab ich [unclear]. Sonne, Sonne u. Schnee. ([anko] 302359)
- 2402 Klaus auch zu Hause. [unclear] wir geniessen das schöne Wetter, was wir bei uns den ganzen Sommer entbehrten. ([anko] 302361)
- 2403 allen viele herzlich Urlaubsgrüsse Margrit mit Freund Hans. Das Wetter ist einmalig, die Umgebung noch schöner, der ([anko] 302363)
- 2404 auf einer großen Wiese direkt neben dem Wald. Das Wetter ist gemischt, aber bis jetzt nicht schlecht. Hatten ([anko] 302365)

Diese Liste ermöglicht auf einen Schlag einen Einblick in die Details der Erwähnung des „Wetters“, wie er ohne korpuslinguistische Aufbereitung kaum möglich wäre. Insbesondere für die Analyse der sprachlichen Formen, in denen das Wetter auf Ansichtskarten thematisiert wird, ist sie von unschätzbarem Wert – wenn man dabei mitberücksichtigt, dass sie nur die Formen erfasst, in denen zur Thematisierung des Wetters auch auf den Ausdruck „Wetter“ zurückgegriffen wird (s. schon o.). Manches spricht dafür, dass dieses Zusammenfallen von Begriff (für ein bestimmtes semantisches Element) und Wort (als verwendetes Lexem bei der Füllung des Elements) beim Wetter besonders ausgeprägt ist. Mit ihren über 2 000 Einträgen ist die Liste allerdings immer noch nicht leicht überschaubar. Ein erster Schritt besteht deshalb darin, die zig Einträge nach wiederkehrenden Mustern durchzusehen und danach zu fragen, wie in diesen Formulierungsmustern aufscheint, was gemeint ist, wenn vom Wetter die Rede ist.

#### 4.1 „Schönes Wetter“ – „scheiss Wetter“: Wetterstereotype als Ausdruck der Bewertung

Zunächst fällt auf, dass das Wetter sehr oft nicht beschrieben, sondern bewertet wird, ohne dass es dazu in irgendeiner Weise näher bestimmt oder elaboriert werden muss. Es gibt offensichtlich ein verlässliches und deshalb voraussetzbares Wissen von ‚gutem‘ bzw. ‚schönem‘ Wetter, das auf der Ansichtskarte immer wieder in Anspruch genommen wird. Die Selbstverständlichkeit dieses Wissens im Sinne einer offenbar weit verbreiteten Vorstellungswelt und die Allgegenwart der immer wieder gleichen sprachlichen Formen, in denen es sich manifestiert (s. u.), sprechen dafür, dass es sich hier um ein Stereotyp von ‚schönem Wetter‘ handelt. In nicht wenigen Fällen genügen solche Stereotype, um das Wetter auf der Karte erschöpfend zu thematisieren. Allgegenwärtiger Ausdruck dieses Stereotyps ist bereits die Bildseite der Karte, indem sie eine Ansicht mit mehr oder weniger demonstrativ schönem Wetter zeigt. Den markanten sprachlichen Ausdruck dieser Wetterstereotype bilden die im Material allgegenwärtigen Kopula-Prädikationen mit „Wetter“ als Subjekt (*Das Wetter ist herrlich*, [anko] 30927) bzw. mit „es“ als Platzhalter des „Wetter“-Subjektes (*2 Tage Ferien, weil es letzte Woche so miserables Wetter war*, [anko] 10961), die ebenfalls sehr häufigen „haben“-Prädikationen mit „Wetter“ als Objekt (*bis jetzt hatten wir stets gutes Wetter*, [anko] 10119) sowie die elliptischen Schwundformen dieser Prädikationen innerhalb listenförmiger, telegrammartiger Aufzählungen (*Entbehrungen gross – Erholung super – Wetter schlecht*, [anko] 10023). Insbesondere die elliptischen Formen, in denen oft eine Juxtaposition von „Wetter“ und Adjektiv entsteht (*Geht uns gut. Wetter schön. Morgen Start nach Lugano*, [anko] 10047), ermöglichen es, die Themaentwicklung innerhalb des Ferienrahmens (s. o.) ohne sprachliche Schnörkel wie in einem Formular abzuarbeiten (*Das Wetter, das Essen, die Landschaft alles super!*, [anko] 10131; *Unterkunft gut, Essen prima, Wetter teils schön, teils kühl.*, [anko] 10305). Das Wetter erscheint dabei als etwas, das vordringlich bewertet werden will. Das manifestiert sich vor allem in den immer wieder auftretenden bewertenden Adjektiven: „herrlich“, „wunderbar“, „schön“, „super“, „schlecht“, „miserabel“, „angenehm“, „günstig“, „prima“ ... Typischerweise ist die Thematisierung des Wetters damit erschöpft: mit „schönes Wetter“ ist in vielen Fällen schon alles gesagt, was es über das Wetter zu sagen gibt. In dieser Kürze fügt sich das Wetter gut in die Liste anderer semantischer Rahmenelemente, die es vordringlich zu bewerten gilt (wie „Unterkunft“ oder „Verpflegung“). Die Karte erscheint dann als eine Art Evaluationsbogen, mit dem man die relevanten Urlaubselemente (wie Items) bewertend durchgeht (und abhakt: s. o. Abb. 5). Die allgemeine Ferienfrage („Wie ist es in den Ferien?“; s. o. Kap. 3) wird damit vordringlich als Evaluationsaufforderung beantwortet: „Wie sind die Ferien?“. In der

musterhaft ausgeprägten listenförmigen Aufzählung, die ein bewertendes Wetterstereotyp enthält (und nicht mehr), fungiert die Thematisierung des Wetters als Beleg dafür, dass die Ferien „schön“ sind (oder eben nicht) (*Ich verbringe hier sehr schöne Ferien. Das Wetter, das Essen, das Logis, alles ...*, [anko] 41047).

Wetterstereotype stehen im Zentrum der Thematisierung des Wetters auf der Ansichtskarte. Dabei gibt es neben den soeben aufgeführten Konstruktionen eine Reihe weiterer präferierter Formulierungsmuster mit „Wetter“, mit denen nicht nur weitere typische Formen der Wetterthematisierung aufscheinen, sondern auch weitere Bedeutungsnuancen verbunden sind. In ihnen entfaltet sich die stereotype Vorstellungswelt vom Ferienwetter auf der Ansichtskarte. Dazu gehört, dass die Aussicht auf schönes Wetter eine Art Ferienanspruch darstellt (4.2), dass schönes Wetter den Rahmen und die Bedingung für Ferienaktivitäten aller Art bildet (4.3) und dass man darum weiß, dass man bei alledem dem Wetter(gott) als einer höheren Macht ausgeliefert ist, schönes Wetter also eine Art Schicksal darstellt (4.4), woraus sich über die Thematisierbarkeit hinaus eine spezifische Erzählbarkeit des Wetters ergibt (4.5).

## 4.2 „nur das Wetter lässt zu wünschen übrig“: Schönes Wetter als Ferienanspruch

Das Wetter erscheint in vielen Fällen als etwas, auf das der Autor und die Autorin (als Tourist und Touristin) einen Anspruch haben, weil es zu dem gehört, was man mit schönen Ferien verbindet und an diesbezüglichen Erwartungen und Normen messen kann. Die Bewertung des Wetters bekommt dadurch im negativen Fall fast den Charakter einer Beschwerde oder Reklamation. Typisch dafür sind die häufigen Prädikationen mit „zu wünschen übrig lassen“:

ich mache hier bei Fridali Ferien. Leider lässt das Wetter sehr zu wünschen übrig. ([anko] 10093)

Meine Lieben Knochen und Ski sind noch ganz –, Wetter lässt zu wünschen übrig. ([anko] 10049)

Mittwoch hier oben war. Geht uns gut nur das Wetter lässt zu wünschen übrig. ([anko] 10911)

noch manches Mal auf Reisen gehen kannst. Unser Nordland Wetter lässt nichts zu wünschen übrig ([anko] 41297)

Woche da. Es geht mir gut, nur das Wetter lässt zu wünschen übrig. ([anko] 51361)

uns wieder sehr gut eingelebt in Spanien. Doch das Wetter lässt zu wünschen übrig. Heute war es wunderschön ([anko] 60779)

Es finden sich darüber hinaus noch viele weitere Konstruktionen, die diesen Charakter eines Anspruchs auf schönes Wetter durchscheinen lassen, das so in eine Reihe tritt mit anderen Parametern für schöne Ferien. Dazu zählt z. B. die prädikative Verwendung des Adjektivs „zufrieden“, bei der das Wetter als Teil des zur Adjektiv-Valenz gehörigen Präpositional-Adjunkts mit „mit“ erscheint (*gut angekommen, zufrieden mit Wetter, Verpflegung und dem Nachtleben*, [anko] 10321). Die Erwartung an das Wetter kommt auch in Modalisierungen der Kopula-Prädikation mit „sollte“ oder „dürfte“ anschaulich zum Ausdruck (*Wetter sollte etwas besser sein*, [anko] 20923; *hier im Todtnauberg ist ein herrliches Wandergebiet, und das Wetter dürfte etwas freundlicher sein*, [anko] 21033). Zuweilen wird der Anspruch auf schönes Wetter auch als gegeben vorausgesetzt (*Von wegen schönes Wetter, eiskalt ist es hier oben, ich zittere am ganzen Körper*, [anko] 20271, ist der erste Satz auf einer Karte, auf deren Bildseite man ein Alpental bei offenbar schönem Wetter sieht: s. o. 4.1) oder ironisierend thematisiert: *Besonders das Wetter wurde so geliefert wie's bestellt wurde* ([anko] 11367). Schließlich wird das gute Wetter als Feriennorm auch in entsprechenden Komposita zum Ausdruck gebracht (*Das Wetter ist sehr schlimm und bestimmt kein Ferienwetter*; [anko] 30069; *Leider ist das Wetter nicht ferienmässig sondern entspricht ganz der Schafskälte*, [anko] 41115).

Die positive Seite der Erwartung schönen (Ferien-)Wetters steht im Mittelpunkt, wenn davon die Rede ist, dass das Wetter „(in vollen Zügen) genossen“ wird. Schönes Wetter erscheint in solchen Wendungen als Erlebnis- und Ferienwert, der genauso gewürdigt werden kann wie andere Ferienwerte:

endlich bin ich im Sommer angelangt. Ich geniesse das Wetter etc. in vollen Zügen. In 10 Tagen heisst es schon wieder ([anko] 10349)

Liebe Doris, wunderbar Wetter und herrliche Schneeverhältnisse, dies geniesse ich mit meiner Familie ([anko] 41071)

Bayerischen Wald. Wir genießen die Natur und das gute Wetter und sind viel unterwegs. ([anko] 41207)

Salü Doris, wir haben ferien und geniessen das schöne wetter. Es ist hier sehr frühlinghaft. ([anko] 50287)

geniessen die Zeit, das gute Essen, das prächtige Wetter. Jürg wandert pflichtbewusst jeden Tag, bis wieder ein ([anko] 50559)

den regnerischen September geniessen wir umsomehr das sonnige und warme Wetter hier in diesem kleinen Tessinerdörfchen und senden liebe Grüsse ([anko] 50493)

Auch wenn viele Formulierungen anzeigen, dass es noch anderes gibt, das in den Ferien (auch) genossen werden kann, erscheint das Wetter in solchen Formulierungen nicht als Begleiterscheinung, sondern als vollwertiger Ferienzweck und -sinn, in dem sich der Anspruch auf schönes Wetter erfüllt und diese Erfüllung als Genuss erlebbar wird.

### 4.3 „Bei schönstem Wetter ...“: Das Wetter als Urlaubsrahmen und -bedingung

Eine ebenfalls hoch frequente Form der Thematisierung des Wetters besteht in Präpositional-Adjunkten mit der Präposition „bei“ und „Wetter“ mit attributivem Adjektiv. Sie finden sich oft im Vorfeld eines Satzes: *Bei allerschönstem Wetter sind wir hier oben gelandet, nun wandern wir nach Appenzell* ([anko] 10075). Diese Konstruktionen erlauben eine Art Nebenbei- bzw. Zusatzprädikation der Art, wie wir sie oben beschrieben haben (s. o. Kap. 4.1: Das Wetter ist schön), die dann aber schon als – geeigneter oder ungeeigneter – Rahmen für etwas Anderes dient, das mit den Ferien zu tun hat, typischerweise als Rahmen für Ferienaktivitäten: *Bei schönstem Wetter fahren wir heute per Auto via Eindhoven nach Valkenburg* ([anko] 30067). Auch in diesen Fällen erschöpft sich die nähere Bestimmung des „Wetters“ in der Regel in Bewertungen mit den bereits bekannten Adjektiven und ihren Steigerungsformen. Im Gegensatz zur listenförmigen Aufzählung erlauben diese Formen eine Amalgamierung mehrerer Ferienelemente in einem Satz, so dass syntaktische Gliederungshinweise und Themahinweise auseinandertreten, also mehrere Themahinweise in einer syntaktischen Einheit auftreten.

Mit den Präpositional-Adjunkten vergleichbar sind unter dem Aspekt des Wetters als Rahmenbedingung Konstruktionen mit dem Prädikatsausdruck „begleitet werden“ und „Wetter“ als Präpositional-Objekt mit „von“ (... *geniesen durften, begleitet allezeit von herrlichem Wetter, sogar auf dem Feldberg in liebendem Gedenken Ihre* [NN/s, [anko] 30029). In der Form des Einschubs tritt der Rahmen des Wetters aufgrund des höheren Formulierungsaufwands noch stärker hervor. In der Rolle als wichtiger Einflussfaktor und als Bedingung für das Urlaubshandeln und -erleben kommt das Wetter in Präpositional-Adjunkten mit „trotz“ oder „wegen“ zur Geltung:

Trotz des schlechten Wetters haben wir es dennoch schön miteinander. ([anko] 11443)

Reise ins Oberschwäbische haben wir schon nach 3 Tagen des schlechten Wetters wegen abgebrochen, doch das prachtvoll restaurierte Ochsenhausen haben wir uns ... ([anko] 20953)

An grosse Ausflüge ist aber wegen der [unclear] wetterlage wieder nicht zu denken ([anko] 30327).

Ähnlich auch die Verwendung von „Wetter“ als Präpositional-Adjunkt mit den Präpositionen „je nach“: *bin ich dann noch 14 Tg. in Bellaria und nachher je nach Wetter in den Dolomiten* ([anko] 20481). Das Wetter ist hier nicht nur der Rahmen für Urlaubsaktivitäten, sondern Bedingung und Einflussfaktor des Handelns und Erlebens. Das gilt auch für Konstruktionen, in denen „Wetter“ als Genitiv-Attribut zu „In Anbetracht“ erscheint: *Liebe Mama! In Anbetracht des schlechten Wetters wählte ich heute morgen den Tessin als Reiseobjekt* ([anko] 30153).

Dass das Wetter den Status eines Faktors hat, aufgrund dessen Urlaubshandeln und -erleben möglich oder unmöglich wird, zeigen auf ausdrückliche Weise auch Belege wie die folgenden:

[unclear] Mitte Sept. noch 9in die Dolomiten zu fahren, insofern das Wetter dies noch erlaubt. [unclear] ein wenig in die Zivilisation zurück ([anko] 20461)

Morgen soll es zur Tanzbuch gehen, wenn es das Wetter zulässt ([anko] 41475)

eben jetzt beschlossen, erst am Sonntag heimzukommen, falls das Wetter anständig ist und uns nicht zur Rückkehr zwingt. Morgen: Alp ([anko] 30363).

Herrliches Wetter hat uns bereits zum Bade gelockt. ([anko] 21141)

... und auch zum Wandern hat das Wetter teilweise eingeladen ([anko] 21205)

Es ist das „Wetter“, das etwas „erlaubt“ oder eben auch „(er)zwingt“ und zu etwas „(ver)lockt“ oder „einlädt“. Von hier aus ist es nicht weit, das Wetter als Agens in Erscheinung treten zu lassen.

#### 4.4 „Das Wetter meint es gut mit uns“: Das Wetter als höhere Macht (fatum)

Die besondere Rolle des Wetters tritt deutlich hervor, wenn es nicht nur bewertet wird, sondern als eigenständiges Agens im Sinne einer höheren Macht in Erscheinung tritt, dem man mehr oder weniger ausgeliefert ist, auf dessen Gunst (und Gnade) man angewiesen ist (*Wettergott*, [anko] 40725; es gibt z. B. *Wetterglück*, [anko] 40153, und *Wetterpech*, [anko] 40871). Es dramatisiert die Thematisierung des Wetters und macht es zu einer spannenden, unterhaltsamen Sache: das Wetter erscheint als launische Diva. Die Wendung, dass „es das Wetter gut mit uns meint“, ist dafür ein schönes Beispiel: *Donnerstag geht's nach Budapest*

*nachher nach Prag. Hoffen wir dass das Wetter es gut meint* ([anko] 10167) oder *Also Berlin ist wirklich eine Reise wert. Das Wetter meinte es gut mit uns, nur ein kalter Wind ging* ([anko] 10809). Der Autor tritt satzsemantisch als Benefaktiv des Wetters in Erscheinung, er wird vom Wetter „begünstigt“: *überhaupt ist es eine ganz herrliche Reise, vom Wetter in einer Weise begünstigt, wie ich es nie zu hoffen wagte* ([anko] 11465); *Herzliche Grüsse von meiner Phototour die von idealem Wetter begünstigt ist* ([anko] 30589). Oder er hofft doch zumindest darauf: *wir hoffen sehr das Wetter wolle auf der schönen Seite bleiben. Ich habe ein Badetuch gekauft* ([anko] 20997);<sup>13</sup> *Hoffentl. hält das gegenwärtig gute Wetter an* ([anko] 30585). Auch in solchen Formulierungen, die die eigene „Hoffnung“ auf gutes Wetter zum Ausdruck bringen, klingt das Unberechenbare des Wetters an: das, worauf man nur hoffen kann.

In diesen Zusammenhang gehört auch die Rede davon, dass „das Wetter (nicht) mitspielt“ und sich (nicht) als ‚Spielverderber‘ erweist. Es ist die Unberechenbarkeit des Wetters, die hier anklingt und die zum Wetter als Schicksal offenbar dazu gehört: *Von meinem ersten Englandbesuch grüsse ich Dich! Leider spielt das Wetter nicht ganz mit, aber in einer Grossstadt gibt es doch auch ...* ([anko] 20041) oder *Schade, dass das Wetter nicht recht mitgespielt hat* ([anko] 20965). Ähnlich: *Mir geht es gut, Schnee haben wir genug, Wetter macht mit, na was willst du noch mehr* ([anko] 20193).

Die Vorstellung, dass man im Urlaub auf das Wetter und seine Gunst und Gnade angewiesen ist, kommt auch in Konstruktionen zum Ausdruck, in denen das Wohlwollen des Wetters durch Kopula-Prädikationen mit Prädikats-Adjektiven wie „hold“ oder „wohlgesinnt“ ausgedrückt wird, die eine spezielle Partner-Valenz haben, mit der der Autor als Benefaktiv auch grammatisch ausgedrückt wird: *Auch das Wetter war uns noch hold, wir sind nicht einmal nass geworden* ([anko] 20885) oder *Liebes Doris! Herrliches Wetter ist uns zu unseren Ferien hold* ([anko] 41361) oder *Das Wetter ist uns wohlgesinnt. Wir haben kaum genug Tage, um ...* ([anko] 21437). Semantisch ähnlich funktioniert der Prädikats-Ausdruck „gut wollen“: *Das Wetter will uns gut* ([anko] 30917).

Schließlich soll zu dieser Gruppe von Formulierungen auch noch die Wendung gezählt werden, dass das Wetter etwas ist, mit dem man „Glück haben“ kann, weil auch darin die Vorstellung zum Ausdruck kommt, dem Wetter ausgeliefert zu sein, so dass man ‚von Glück sagen‘ kann, wenn es gut ausgeht:

---

<sup>13</sup> Konstruktionen mit „Hoffen wir auf“ / „Warten wir auf“ / „in der Hoffnung auf“ (besseres Wetter) sind recht verbreitet. Sie erlauben es, dass die Thematisierung des Wetters mit der abschließenden Grußformel zusammenfällt.



Wir hatten unglaublich Glück mit dem Wetter! Die Chinesen sind sehr freundlich ... ([anko] 11125)

Grüsschen aus Zermatt. Bis jetzt hatten wir wirklich glück mit dem Wetter. Heute waren wir alle auf dem Gornergrat, ([anko] 11231)

Der Jahreszeit entsprechend, haben wir grosses Glück mit dem Wetter kein Regen und viel Sonne. Albrecht ist allerdings etwas krank ([anko] 21135)

Wir haben unglaubliches Wetterglück: nicht einen schlechten Tag seit einer Woche ([anko] 31321).

Es geht auch anders: *Wir haben auch ein bisschen Pech mit dem Wetter. Bis jetzt viel regen* ([anko] 20547). In die Thematisierung des Wetters geht auf diese Weise eine Art *fatum* ein, dem man als Urlauber ausgeliefert ist.

Auch Konstruktionen mit „sich von seiner guten Seite zeigen“ gehören in diesen Zusammenhang, weil sie ahnen lassen, dass das Wetter auch eine andere Seite hat, und wir gewissermaßen froh sein können, wenn es sich von der „guten Seite zeigt“: *Das Wetter in Scotland zeigt sich von der guten Seite bis jetzt* ([anko] 10479) oder *Alle Jahre wieder erholen wir uns bei Mami Silvana im Stelamares. Das Wetter zeigt sich von seiner schönsten Seite und die Capi's sind süffig* ([anko] 11163).

In allen diesen Konstruktionen erscheint das Wetter semantisch als Agens, das „es gut mit uns meint“, „uns hold“ oder „wohlgesinnt“ ist, unsere Unternehmungen „begünstigt“, manchmal „mitspielt“ und „mitmacht“ und mit dem man entsprechend „Glück“ oder „Pech haben“ kann – je nachdem, von welcher „Seite“ es sich gerade „zeigt“. Dieser Charakter des Wetters kommt auch darin zum Ausdruck, dass das Wetter einen ‚Willen‘ hat: *Ferienlager mit Patienten aus der EPI-Klinik; speziell und interessant. Das Wetter will noch nicht so recht, aber das wird noch besser* ([anko] 11363) oder: *Menge Tiroler, Vorarlberger und Appenzellerberge gesehen. Das Wetter scheint gut bleiben zu wollen* ([anko] 30375).

## 4.5 „das Wetter hat sich gebessert“: Fast eine Wettererzählung

Aus der semantischen Rolle des Wetters als Agens im Sinne einer höheren Macht erwächst nicht nur eine spezifische Thematisierbarkeit des Wetters, sondern auch eine spezifische Erzählbarkeit. Das Wetter tritt dann auch narrativ in Erscheinung. In der Regel handelt es sich dabei nicht um einen Wetterbericht mit Fokus auf meteorologische Verhältnisse, sondern typischerweise um die Geschichte eines Wetterwechsels: ... *und am 9.5. nach Oslo, wo das Wetter umgeschlagen hatte. Wir hatten bis am 9.5. Superwetter* ([anko] 20003). Es sind Thematisierung

gen, in denen das Wetter als etwas auftritt, das sich ändern kann, das wechseln kann, das unbeständig ist – worin natürlich auch wieder die Unberechenbarkeit des Wetters anklingt. In diesen Fällen umfasst die Thematisierung des Wetters mehr als einen Satz, und in Ansätzen finden sich auch Konkretisierungen mit wetterspezifischen Prädikaten (wie „regnen“):

Dauerregen und zum Glück auch Astrid lindgren hinter uns. Prächtiges Sommerwetter hat sich eingestellt und heute haben wir die Fahrt dem Götakanal ent- ([anko] 20027)

Fahrt durch das blühende Land war wunderbar, doch hat sich das Wetter inzwischen geändert. Es regnete dann u wann u wurde vor allem ([anko] 21095)

Frau [NN]! Gestern bei strömendem Regen hier angekommen, heute das Wetter das Gleiche ist das nicht schlimm. Morgen fahre ich aber doch ([anko] 21131)

Wie die Beispiele zeigen, erlauben solche narrativen Kerne die Einbeziehung der Thematisierung von Ferienaktivitäten mit einer Tendenz zur Detaillierung der Wetterverhältnisse: *Die Fahrt mit dem Boot nach Marlten war sehr schön, das Wetter hat sich gebessert, doch weht ein kühler Wind. Die* ([anko] 30057).

## 5 Fazit: Die Erfindung des Ferienwetters

Die sprachlichen Formen, von denen das vorausgehende Kapitel einen ausschnitthaften Eindruck vermittelt, belegen in ihrer Allgegenwart und in ihrer Vielfalt, dass das Wetter ein überaus bevorzugter Gegenstand der Thematisierung auf dem Mitteilungsfeld der Ansichtskarte ist. Wenn es darum geht, den Feriengruß in seiner Kombination von phatisch-ortsreferentieller (und -auratischer) Kommunikation zu expandieren (s. o. Kap. 2), bietet es sich offensichtlich in besonderer Weise an. Aber was genau macht das Wetter so geeignet, dass es an dieser Stelle mit einer gewissen Erwartbarkeit auftaucht?

Eine Antwort auf diese Frage muss m. E. von der Beobachtung ihren Ausgang nehmen, dass das Wetter in den aufgeführten Formen in seiner Relevanz für die „Ferien“ aufscheint: sei es, dass es in einer Reihe steht mit Erwartungen und Ansprüchen an andere Parameter guter Ferien, sei es, dass es den Rahmen oder die Bedingung für Ferienaktivitäten aller Art bildet, oder sei es, dass es eine Art höhere Macht darstellt, die (auch und gerade) das eigene Erleben der Ferien maßgeblich prägt. In der Regel muss das Wetter in all diesen Bedeutungsfacetten nicht näher beschrieben und spezifiziert werden. Es scheint zwischen „Sonne“ und „Regen“ zu oszillieren, und entsprechend zwischen „gut“ bzw. „schön“ und „schlecht“ (mit Steigerungsformen in beiden Richtungen und einer Reihe von

Nuancen dazwischen). Es wird vorausgesetzt, dass Leser und Leserinnen wissen, was „schönes Wetter“ auf der Ansichtskarte typischerweise bedeutet; beim „Ferienwetter“, das zu „guten Ferien“ dazu zu gehören scheint, handelt es sich um ein nicht weiter erklärungsbedürftiges Stereotyp. Vor diesem Hintergrund fallen die Abweichungen auf: die Gradangabe („Wetter 25°“, [anko] 11279), oder das Auftreten von Adjektiven, die einen moderat fachsprachlichen Akzent tragen (wie „durchzogen“ [8x], „freundlich“, „unbeständig“ [6x], „wechselhaft“ [39x], „bedeckt“ [ca. 30x]).<sup>14</sup> All das bleibt im Stereotyp vom Ferienwetter in der Regel ungesagt und ungeschrieben. In dieser komprimierten und verdichteten Form der Thematisierung des Wetters hat sich das „Ferienwetter“ fest in die pragmatische Nützlichkeit der Ansichtskarte eingeprägt. Mehr noch: Die Ansichtskarte ist einer der kommunikativen Schauplätze der Erfindung des Ferienwetters.

Die Eignung des Wetters als Thema hat deshalb zunächst und primär damit zu tun, dass es bei der Expandierung des Feriengrußes um eine Darstellung von Ferien geht. Hier steht das Wetter in einer Reihe mit weiteren Parametern der Ferien- und Urlaubswelt (s. o. Kap. 3): Wie etwa die „Unterkunft“ und die „Verpflegung“ gehört das Wetter zu den kommunikativen Erfindungen und Konstruktionen des Massentourismus, von denen auf der Ansichtskarte in immer wiederkehrenden Formen auf eine beredte Weise Zeugnis abgelegt wird und mit denen ein bestimmter Bereich von Welt (das Wohnen, das Essen, das Wetter) aus dem Blickwinkel des Touristen und der Touristin thematisiert wird. Keineswegs versteht es sich von selbst, was unter diesem Blickwinkel zur Sprache kommt. Vielmehr geht es darum, dass das, was auf der Ansichtskarte geschrieben steht, Indikator und Faktor ist für die Selbst- und Fremdwahrnehmung des Autors und der Autorin als Tourist und Touristin. Wir erfahren also etwas darüber, was es heißt, „in die Ferien“ zu fahren: worauf es dabei ankommt, welche Erwartungen damit verknüpft sind und wovon unser Erleben und Handeln in dieser speziellen Situation abhängt. Die auffällige Musterhaftigkeit der Ferienberichte auf der Ansichtskarte zeigt die immer wieder gleichförmige Prägung dieser Erfahrung durch den modernen Massentourismus. Sie betrifft offenbar maßgeblich auch die Erfahrung des Wetters. Es ist das Anliegen des vorliegenden Beitrags, diese Prägung bis in die Details der sprachlichen Formulierungen sichtbar zu machen. Die Aussagekraft text- und korpuslinguistisch eruierbarer Formulierungsmuster ist entsprechend in ihrem Bezug zur pragmatischen Nützlichkeit der Textsorte,

---

<sup>14</sup> Eine sprachspielerisch poetische Alternative bieten einige der (insgesamt wenigen) Postkarten, auf denen Jurek Becker das Wetter thematisiert: „Lieber Helge, D.W.i.g., u. / e. g. u. p. / D.J. / P.s.: G. b. E.“ von der Herausgeberin übersetzt mit „Das Wetter ist gut, und es geht uns prima. Dein Jurek. Postskriptum: Grüsse bitte Edith“ (Becker 2018: 304).

in der sie auftreten, zu sehen. Im Fall der Ansichtskarte ist diese pragmatische Nützlichkeit – die des Feriengrusses – nicht losgelöst von der gesellschaftlichen Entwicklung des Tourismus ab der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zu sehen, mit dem das Verreisen in den Ferien zu einer massenhaft verbreiteten Erfahrung für immer mehr Menschen geworden ist. Von dieser Erfahrung legen die massenhaft verschickten Ansichtskarten ein beredtes Zeugnis ab. Ihr Wert liegt für uns deshalb nicht so sehr in dem, worüber sie nachträglich bzw. annähernd gleichzeitig berichten, sondern in ihrer Kraft der Imagination „schöner“ Ferien. Noch bevor eine Karte aus den Ferien geschrieben ist, hat ihre Schreib- und Lesbarkeit bereits die Ferienerfahrung geprägt, um nicht zu sagen: vorweggenommen.

Dazu gehört speziell die touristische Erfahrung der meteorologischen Umstände unter dem Aspekt einer stereotypen Vorstellungswelt von „schönem Wetter“. Die Ansichtskarten zeigen einen Autor als Tourist und eine Autorin als Touristin, die in ihren Aktivitäten auf das Wetter angewiesen sind, das schöne Wetter genießen, mit dem Wetter zufrieden sind oder nicht, mit denen es das Wetter gut meint oder nicht, für die das Wetter herrlich ist oder miserabel, für die es besser sein dürfte oder sollte, für die das Wetter zu wünschen übrig lässt oder denen das Wetter gut will oder die unglaublich Glück mit dem Wetter haben, denen es sich von seiner guten Seite zeigt. Es ist eine Art und Weise, über das Wetter zu sprechen und zu schreiben, die ihren Fluchtpunkt vor allem in der Bewertung der Ferien als gelungen oder misslungen hat. Dabei scheint das Wetter jenseits aller Versprechen der Feriendestinationen durch seine Unberechenbarkeit zu imponieren; die Thematisierung des Wetters hat deshalb stets einen Informationswert, der aufgrund der damit verbundenen Erwartungen normativ hochgradig aufgeladen werden kann. Das ist es, was speziell das Wetter zu einem in seiner Allgegenwart scheinbar selbstverständlichen Thema auf der Karte macht. Dabei ist dieses Thema untrennbar mit der Idee (und der Möglichkeit) des Verreisens zu Ferienzwecken verbunden und deshalb alles andere als selbstverständlich. In seiner Geschichte *Ein Monat auf dem Lande*, die in den 20er Jahren in der nordenglischen Grafschaft Yorkshire spielt, kommentiert J.L. Carr aus der (fiktiven) Jetzt-Zeit der späten 70er Jahre diese Abhängigkeit der Thematisierung des „Urlaubswetters“ von der Möglichkeit des Verreisens und der gesellschaftsweiten Verbreitung des Urlaub- bzw. Ferien-Machens:

Den ganzen August über, Tag für Tag, blieb es heiß und trocken. Heutzutage nennt man das „ideales Urlaubswetter“, aber damals konnten es sich in diesem Landstrich nur die Wohlhabenden leisten zu verreisen, und auch nur eine Woche in Scarborough war etwas ganz Besonderes. Die Leute blieben zu Hause und gaben sich den bescheidenen Vergnügungen hin, die der Sommer auf dem Lande bereithielt, einer Landwirtschaftsausstellung, einer Kirmes, einem Ausflug mit der Sonntagsschule oder, wer zur besseren Gesellschaft

zählen wollte, einer Partie Tennis, bei der Gurken-Sandwiches gereicht wurden. (J.L. Carr: Ein Monat auf dem Land. Köln: Dumont, 2017, S. 97)

Als „Ferienwetter“ gehört die Thematisierung des Wetters auf die Ansichtskarte, weil sie den Feriengruß und die mit ihm verbundene Kombination von phatisch-ortsreferentieller Kommunikation auf ideale Weise expandiert und damit das Mitteilungsfeld füllt: In der Welt als Ferienort, wie sie von der Ansicht in immer neuen Bildern auf der Ansichtskarte gefeiert wird, ist das Ferienwetter als eine mit den Ferien anscheinend fest verbundene Erwartung jederzeit thematisierbar.

## 6 Literatur

- Alber, Jean-Luc (1985): Bonjour de Neuchâtel où il fait beau et chaud. Essai d'interprétation d'un corpus de cartes postales de vacances. *Travaux Neuchâtelois de Linguistique* 8, 69–94.
- Barthes, Roland (1985): *Die Sprache der Mode*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Becker, Christina (2018): Jurek Becker: „Am Strand von Bochum ist allerhand los“. *Postkarten*. Berlin: Suhrkamp.
- Diekmannshenke, Hajo (2002): „und meld' dich mal wieder!“ Kommunizieren mittels Postkarte. *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie* 64, 93–124.
- Diekmannshenke, Hajo (2008): Text-Bild-Kommunikation am Beispiel der Postkarte. In Inge Pohl (Hrsg.), *Semantik und Pragmatik. Schnittstellen*, 85–107. Frankfurt am Main: Lang.
- Diekmannshenke, Hajo (2011): Zwischen Ansicht und Adresse. Tradition und Variation in der Postkartenkommunikation. In Martin Luginbühl & Daniel Perrin (Hrsg.), *Muster und Variation. Medienlinguistische Perspektiven auf Textproduktion und Text*, 19–50. Bern: Lang.
- Enzensberger, Hans Magnus (1968 [1958]): Eine Theorie des Tourismus. In Hans Magnus Enzensberger, *Einzelheiten*. Bd. 1, 147–168. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Günthner, Susanne & Angelika Linke (2006): Linguistik und Kulturanalyse. Ansichten eines symbiotischen Verhältnisses. *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 34 (1/2), 1–27.
- Hausendorf, Heiko (2009): Kleine Texte. Über Randerscheinungen von Textualität. *Germanistik in der Schweiz. Onlinezeitschrift der Schweizerischen Akademischen Gesellschaft für Germanistik* 6, 5–19.
- Holzheid, Anett (2011): *Das Medium Postkarte. Eine sprachwissenschaftliche und mediengeschichtliche Studie*. Berlin: Schmidt.
- Linke, Angelika (2011): Signifikante Muster. Perspektiven einer kulturanalytischen Linguistik. In Elisabeth Wåghäll Nivre et al. (Hrsg.), *Begegnungen. Das VIII. Nordisch-Baltische Germanistentreffen in Sigtuna vom 11. bis zum 13.6.2009*, 23–44. Stockholm: Acta Universitatis Stockholmiensis.
- Linke, Angelika (2014): Unauffällig, aber unausweichlich. Alltagssprache als Ort von Kultur. In Thomas Forrer & Angelika Linke (Hrsg.), *Wo ist Kultur? Perspektiven der Kulturanalyse*, 169–192. Zürich: vdf.
- Luhmann, Niklas (1984): *Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

- Musil, Robert (1936): Hier ist es schön. In Robert Musil, *Nachlass zu Lebzeiten*, 125–129. Zürich: Humanitas.
- Musil, Robert (1987): *Der Mann ohne Eigenschaften*. Roman. Bd. 1. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Sugisaki, Kyoko, Nicolas Wiedmer & Heiko Hausendorf (2018): Building a corpus from handwritten picture postcards. Transcription, annotation and part-of-speech-tagging. In Nicoletta Calzolari et al. (Hrsg.), *The 11th edition of the language resources and evaluation conference (LREC2018)*, 255–259. Miyazaki: ELRA.
- Sugisaki, Kyoko et al. (i. Dr.): Modeling thematic structure in holiday picture postcards. In François Bavaud et al. (Hrsg.), *Workshop Computational Methods in the Humanities (COMHUM 2018)*. Lausanne: University of Lausanne.
- Tropper, Eva (2006): Kommunikationsraum „Welt“. Die Ansichtskarte und die Phantasmen von Globalität um 1900. In Helga Mitterbauer & András F. Balogh (Hrsg.), *Zentraleuropa. Ein hybrider Kommunikationsraum*, 215–226. Wien: Praesens.

